

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *act to use*, *perceived trust*, dan *perceived risk* terhadap *intention to transact online* dalam menggunakan *e-wallet* OVO di Surabaya. Dalam hal ini, untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS versi 3.0. Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis H1 diterima karena variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Surabaya. Dimana nilai koefisien *path* sebesar 0,050 dan nilai t-statistik sebesar 1,184. Maka dapat dijelaskan bahwa *e-wallet* OVO mudah digunakan saat bertransaksi *online* di kota Surabaya.
2. Hipotesis H2 diterima karena variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif, signifikan terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Surabaya. Dimana nilai koefisien *path* sebesar 0,328 dan nilai t-statistik sebesar 6,985. Maka dapat dijelaskan bahwa *e-wallet* OVO memiliki manfaat saat digunakan bertransaksi *online* di kota Surabaya. Semakin tinggi kemudahan yang dirasakan pengguna, maka niat untuk bertransaksi *online* menggunakan *e-wallet* OVO semakin meningkat.
3. Hipotesis H3 diterima karena variabel *act to use* berpengaruh positif, signifikan terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di Kota



Surabaya. Dimana nilai koefisien *path* sebesar 0,448 dan nilai t-statistik sebesar 10,959. Maka dapat dijelaskan bahwa pengguna *e-wallet* OVO merasa puas saat menggunakan aplikasi dalam bertransaksi *online*. Semakin puas pengguna dalam menggunakan sistem yang ada, maka niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* OVO semakin meningkat.

4. Hipotesis H4 diterima karena variabel *perceived trust* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Surabaya. Dimana nilai koefisien *path* sebesar 0,054 dan nilai t-statistik sebesar 1,434. Maka dapat dijelaskan bahwa *e-wallet* OVO dapat dipercaya untuk digunakan dalam bertransaksi *online*.
5. Hipotesis H5 diterima karena variabel *perceived risk* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Surabaya. Dimana nilai koefisien *path* sebesar 0,062 dan nilai t-statistik sebesar 1,699. Maka dapat dijelaskan bahwa risiko menggunakan *e-wallet* OVO sangat kecil saat bertransaksi *online*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan model penelitian yang berbeda dengan menambahkan variabel independen lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Karena dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan *intention to transact online* sebesar 54% dan sisanya 46% dari variabel lain diluar penelitian ini.



2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *perceived risk* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online*. Artinya semakin kecil risiko yang dirasakan oleh pengguna, dapat meningkatkan niat bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO. Maka penulis memberi saran kepada pihak OVO untuk memperhatikan kendala yang dialami pengguna dan meningkatkan keamanan agar *e-wallet* OVO akan terus digunakan untuk bertransaksi oleh penggunanya dimasa sekarang dan yang mendatang.



Halaman sengaja dikosongkan





DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *Jurnal EurekaMatika*, 5(2), 59–71.
- Amadea, P. (2019). Analisa Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6, 1–10.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1–146. <https://apjii.or.id/survei>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Budhiasa, S. (2016). *Analisis Statistik Multivariate Dengan Aplikasi SEM PLS SMARTPLS 3.2.6* (J. Atmaja (ed.); 1st ed.). Udayana University Press.
- Cochran, W. (1997). *Sampling techniques (3rd ed.)* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Devita, V. D. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. IPrice. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Heri. (2017). *10 Teknik Pengambilan Sampel dan Penjelasannya Lengkap (SAMPLING) | Salamadian*. Salamadian.Com. <https://salamadian.com/teknik-pengambilan-sampel-sampling/>



- Internasional., P. V. (2017). *OVO | Join the rOVolution in Payment, Points & Priority!* Ovo.Id. <https://www.ovo.id/>
- Ismulyaty, S., & Siswantini, W. (2017). Pengaruh Trust, Risk and Technology Acceptance Models Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v5i1.324>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, 13th Edition (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). Essentials of Management Information System : Managing The Digital Firm -6/E. In *Pearson Education* (10th ed.). Prentice Hall. <http://www.youtube.com/watch?v=qvO9QSo0FjU%5CnCASE>
- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). the Analysis of Technology Acceptance Model (Tam) on Intention To Use of E-Money in Manado (Study on: Gopay, Ovo, Dana). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 624–632. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30951>
- Lui, H., & Jamieson, R. (2003). Integrating trust and risk perceptions in business-to-consumer electronic commerce with the technology acceptance model. *16th Bled Electronic Commerce Conference, Slovenia, January*, 349–364. <http://aisel.aisnet.org/ecis2003/60%0Ahttp://sdaw.info/as/p/aspecis/20030067.pdf>
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinantes de la intención de uso de las aplicaciones de banca para móviles: una extensión del modelo TAM clásico. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>



- Nugroho, B. A. F. (2016). Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia Menggunakan E-Wallet. *Paper Ujian Akhir Semester Sistem Dan Teknologi Informasi*. https://www.academia.edu/download/55239722/Mekanisme_Pemungutan_Pajak_Pertambahan_Nilai_untuk_E-Commerce_di_Indonesia_Menggunakan_E-Wallet.pdf
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-commerce terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Shopee (Studi pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 8(3), 154–162. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/3572>
- Patrawayu, R. (2016). *Metode Alternatif PLS*. <https://www.slideshare.net/RezaPatrawayu/metode-alternatif-pls>
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business and Information Systems Engineering*, 59(1), 69–76. <https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6>
- Rabbani, A. P., Alamsyah, A., & Widiyanesty, S. (2018). Analisa Interaksi User di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: GoPay, OVO dan LinkAja). *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(4), 273–285.
- Rahmayani, L., Rachmawati, I., & Sumrahadi. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Intention Untuk Menggunakan Layanan Mobile Payment Dana. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 175–184.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>

- Shomad, A. C. (2012). Kemudahan , dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce Disusun Oleh : Andrie Cesario Shomad Dosen Pembimbing: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–20.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Literasi Media Publishing* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tira, A. C. D. H. T., Wardana, I. M., & Setiawan, P. Y. (2016). Aplikasi Model TAM Pada Penggunaan E-Newspaper di kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6, 1485–1512.
- Walfajri, M. (2019). OVO akan implementasikan QRIS ke kalangan UMKM. Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/ovo-akan-implementasikan-qris-ke-kalangan-umkm>
- Wallace, L. G., & Sheetz, S. D. (2014). The adoption of software measures: A technology acceptance model (TAM) perspective. *Information and Management*, 51(2), 249–259. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.12.003>
- Welianto, A. (2020). *Revolusi Industri: Sejarah dan Perkembangan Halaman all - Kompas.com*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/15/140000069/revolusi-industri-sejarah-dan-perkembangan?page=all>
- Wiradimaja, M. F., & Rikumahu, B. (2019). Pengaruh Faktor Risiko dan Faktor Kepercayaan terhadap Adopsi Electronic Wallet Menggunakan Model TAM (Studi Kasus: E-Wallet Ovo di Kota Bandung). *Proceeding of Management*, 6(2), 2457–2465.



- Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, F. (2020). PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PEMAKAIAN FINANCIAL TECHNOLOGY PADA APLIKASI OVO SEBAGAI DIGITAL PAYMENT (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v1i1.335>
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). Kencana.
- Zhu, D. H., Wang, Y. W., & Chang, Y. P. (2017). The Influence of Online Cross-Recommendation on Consumers' Instant Cross-Buying Intention: The Moderating Role of Decision-Making Difficult. *Emerald Publishing Limited*, 29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IntR-05-2017-0211>